

**Penerapan Teknik Videografi dalam Proses Produksi Video Iklan
Layanan Masyarakat pada DP3A Kota Bogor**

Ivana Syah Putri, Willy Bachtiar, Alfa Taufan Latif

Sekolah Vokasi, IPB

ivanasyahputri902@gmail.com, willybachtiar@apps.ipb.ac.id,

taufan.alfa@apps.ipb.ac.id

ABSTRACT

This project aims to implement videography techniques in the production process of public service announcement (PSA) videos and educational videos for the DP3A (Department of Women's Empowerment and Child Protection) of Bogor City. The production process involves the application of videography techniques, including shot types, camera movements, and camera angles, in the making of PSA and educational videos for DP3A Bogor City. The research findings show that the production of PSA videos at DP3A Bogor City applies videography techniques such as medium shots and medium close-up shots, as well as eye-level camera angles. In the production of educational videos, DP3A Bogor City applies videography techniques including medium long shots, utilizes camera movements such as zoom and follow combined with zoom, and also applies eye-level camera angles. These PSA and educational videos highlight the importance of videography techniques in optimizing high-quality video outcomes to support the intended message. They also emphasize the responsibility of selecting appropriate shot types, camera movements, and angles to make the videos more engaging and effective. The role of videography techniques in the production of PSA videos at DP3A Bogor City is crucial, as it significantly influences the effectiveness of the message conveyed to the audience.

Keywords : *Videography techniques, public service announcement, educational video, DP3A Kota Bogor.*

ABSTRAK

Proyek ini bertujuan untuk menerapkan teknik videografi dalam proses produksi video iklan layanan masyarakat dan video edukasi pada dp3a kota bogor. Proses produksi mencakup penerapan teknik videografi meliputi jenis pengambilan gambar (*type shot*), pergerakan kamera (*camera movement*), dan sudut pengambilan gambar (*camera angle*) pada proses produksi video iklan layanan masyarakat dan video edukasi pada DP3A Kota Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses produksi video iklan layanan masyarakat pada DP3A Kota Bogor menerapkan teknik videografi meliputi jenis pengambilan gambar *medium shot* dan *medium close up*, serta menerapkan sudut pengambilan gambar *eye level*. Pada proses produksi video edukasi pada DP3A Kota Bogor menerapkan teknik videografi meliputi jenis pengambilan gambar *medium long shot*, menerapkan pergerakan kamera *zoom* dan *follow* yang dikombinasikan *zoom*, serta menerapkan sudut pengambilan gambar *eye level*. Video iklan layanan masyarakat dan video edukasi ini menunjukkan betapa pentingnya teknik videografi dalam memaksimalkan hasil video yang berkualitas tinggi untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan, serta bertanggung jawab atas jenis pengambilan gambar, pergerakan kamera, dan pengambilan sudut kamera yang tepat agar iklan lebih menarik dan efektif. Peran teknik videografi dalam produksi iklan layanan masyarakat pada DP3A Kota Bogor sangat penting karena menentukan efektivitas pesan yang ingin disampaikan kepada audiens.

Kata kunci : *Teknik videografi, iklan layanan masyarakat, video edukasi, DP3A Kota Bogor.*

PENDAHULUAN

Kesehatan mental adalah kondisi kesejahteraan yang mencakup aspek emosional, psikologis, dan sosial, di mana seseorang mampu mengelola stres kehidupan, bekerja secara produktif, berpikir, merasa, dan berperilaku dengan baik, serta dapat mengatasi tantangan hidup, menjalin hubungan yang sehat, dan membuat keputusan yang tepat. Pada era modern ini, kesehatan mental menjadi isu mendesak dengan tekanan hidup yang semakin meningkat, masalah ini memiliki dampak signifikan terhadap kualitas hidup, produktivitas, dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Suhaeni, 2024). Data survei rumah tangga berskala nasional yang dilakukan oleh Indonesia-National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS) Tahun 2022 menunjukkan bahwa 1 dari 3 remaja (34,9%) atau setara dengan 15,5 juta remaja Indonesia memiliki masalah kesehatan mental dalam 12 bulan terakhir; 1 dari 20 remaja (5,5%) atau setara dengan 2,45 juta remaja Indonesia memiliki satu gangguan mental dalam 12 bulan terakhir.

Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Bogor merupakan salah satu instansi pemerintah yang bertanggung jawab dalam optimalisasi kesehatan mental di Indonesia. Dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 7 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Bogor, yang kemudian diubah dengan Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2019, DP3A berfungsi sebagai unsur penunjang urusan pemerintahan dalam bidang tersebut.

DP3A Kota Bogor memanfaatkan penggunaan media audio visual, terutama dalam bentuk video yang berperan penting dalam mempromosikan layanan masyarakat dan kegiatan. Video merupakan suatu teknologi pemrosesan sinyal elektronika yang mewakili pergerakan gambar (Apriliani, 2019). Media audio visual merupakan sarana komunikasi yang menggabungkan elemen suara dan gambar untuk menyampaikan pesan, informasi, atau hiburan kepada khalayak. Media ini mencakup unsur audio yang dapat didengar serta visual yang dapat dilihat, seperti video, film, dan lainnya (Aida *et al.*, 2020). Iklan sebagai proses penyampaian informasi tentang produk atau gagasan melalui media dengan tujuan memengaruhi (Siswanto, 2021). Secara alami, manusia cenderung tertarik pada gambar dan visual yang menarik, sehingga pesan yang disampaikan melalui media visual lebih mudah dipahami dan diingat oleh audiens. Salah satu bentuk komunikasi audio visual yang digunakan adalah video iklan.

Penggunaan video iklan memungkinkan DP3A Kota Bogor menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam terutama melalui video iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu upaya untuk mendorong masyarakat agar tidak larut dengan sebuah masalah dengan mengajak, mengimbau, menyadari, memikirkan, dan bertindak (Tsabiet & Supriyadi, 2018). Pada era digital saat ini, konten video dapat dengan mudah diakses dan dibagikan melalui berbagai platform media sosial. Video iklan layanan masyarakat ini berperan sebagai sarana edukasi dan kampanye untuk meningkatkan kesadaran tentang

pentingnya kesehatan mental. DP3A Kota Bogor memanfaatkan iklan layanan masyarakat dalam menyebarluaskan informasi penting mengenai salah satu layanan yang dimiliki oleh DP3A Kota Bogor yaitu layanan konsultasi psikologis.

Teknik videografi memiliki peran penting bagi seorang videografer dalam proses produksi video iklan layanan masyarakat. Videografer adalah orang yang bertugas mengambil gambar video dan mengoperasikan kamera saat pengambilan gambar video, videografer disebut juga sebagai juru kamera atau *cameramen* (Ikhlasil, 2021). Videografer berperan dalam mengeksekusi ide yang telah dibuat agar dapat divisualisasikan, sehingga pesan atau informasi dapat lebih mudah diterima oleh penonton (Saputro, 2017). Dalam produksi iklan layanan masyarakat DP3A Kota Bogor, teknik videografi yang digunakan melibatkan pengambilan gambar secara kreatif untuk menarik perhatian dan membangun narasi visual yang kuat. Kombinasi berbagai videografi membantu menciptakan iklan yang lebih menarik, informatif, dan selaras dengan tujuan DP3A Kota Bogor dalam menyampaikan pesan melalui video.

Tugas videografer dalam proyek tugas akhir ini adalah merekam gambar yang akan menjadi elemen penting dalam pembuatan iklan layanan masyarakat untuk DP3A Kota Bogor. Videografer tentunya akan menerapkan teknik videografi dalam memaksimalkan pengambilan gambar yang berkualitas tinggi untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan, serta bertanggung jawab atas teknik pengambilan jenis gambar, pergerakan kamera, dan pengambilan sudut yang tepat agar iklan lebih menarik dan efektif.

METODE PENELITIAN

Kegiatan ini dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB melalui proyek akhir pembuatan video iklan layanan masyarakat dan video edukasi untuk Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Bogor, yang berlokasi di Jl. Ciwaringin No.99, Kota Bogor. Produksi berlangsung selama dua bulan, dari 4 Maret hingga 5 Mei 2025. Metode pengumpulan data mencakup wawancara dengan pihak DP3A untuk memahami kebutuhan konten iklan, studi pustaka untuk mendapatkan referensi pendukung, serta partisipasi aktif dari tim produksi yang terlibat langsung dalam setiap tahap kerja. Subjek proyek ini adalah DP3A Kota Bogor, dengan peran penting dari Irfan Fitrahadi selaku Kepala Bidang Data, Informasi, dan Peningkatan Kualitas Keluarga dalam memberikan arahan dan dukungan selama proses produksi.

Dalam pengerjaan proyek, digunakan berbagai alat seperti kamera Sony A6000, *stabilizer*, *SD card*, *tripod*, *clip on*, laptop, dan Google Drive sebagai media penyimpanan dan distribusi data. Prosedur kerja mengikuti tahapan produksi film pada umumnya, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Hasil akhir dari proyek ini berupa video iklan layanan masyarakat yang mempromosikan program Layanan Konsultasi Psikologis & Edukasi Satu Pintu Keluarga gratis. Video ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kesehatan

mental, mengurangi stigma terhadap konseling, serta mendorong pemanfaatan layanan yang disediakan oleh pemerintah Kota Bogor melalui DP3A.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan video iklan layanan masyarakat dan video edukasi DP3A Kota Bogor menggunakan tahapan yang dibagi menjadi tiga yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pada tahapan pra produksi diawali dengan penentuan konsep dan brainstorming bersama anggota kelompok dan pihak DP3A Kota Bogor untuk menentukan konsep yang akan dibawakan. Setelah itu berlanjut pada tahapan berikutnya yaitu tahap produksi, pada tahapan ini dikhususkan untuk pengambilan gambar dimana videografer akan menerapkan teknik videografi yang digunakan untuk kebutuhan video iklan layanan masyarakat dan video edukasi DP3A Kota Bogor. Tahap yang terakhir adalah pasca produksi dimana berisi proses editing dan publikasi. Pembuatan video iklan layanan masyarakat dan video edukasi DP3A Kota Bogor melibatkan implementasi teknik videografi selama pengambilan gambar pada tahap produksi. Teknik yang digunakan berupa dari *type shot*, *camera movement*, dan *camera angle*. Penggunaan teknik videografi diharapkan dapat membantu mendapatkan hasil yang maksimal.

Teknik Videografi dalam Proses Produksi Video Iklan Layanan Masyarakat pada DP3A Kota Bogor

Videografi merupakan media untuk merekam momen atau peristiwa yang dikemas dalam bentuk gambar dan suara, sehingga dapat dinikmati di kemudian hari sebagai kenangan atau sebagai bahan kajian untuk memahami kejadian yang telah terjadi (Erlyana & Hansen 2021). Seiring dengan perkembangan zaman, pemanfaatan teknologi mutakhir semakin melengkapi praktik videografi. Pada konteks produksi video iklan layanan masyarakat DP3A Kota Bogor, teknik videografi melibatkan berbagai aspek teknis, antara lain *type shot* dan *camera angle*.

Teknik videografi yang diterapkan yaitu:

1. *Type Shot*

Pemilihan setiap *type shot* bertujuan untuk mempermudah videografer dalam memperoleh *footage* yang relevan dan mendukung narasi visual. Terdapat enam jenis *shot* (Sabrina et al., 2020), yang dapat diterapkan dalam proses pengambilan gambar sebagai materi utama dalam pembuatan video iklan layanan masyarakat DP3A Kota Bogor, yang diterapkan oleh videografer pada proses produksi video iklan layanan masyarakat DP3A Kota Bogor, yaitu:

- A. *Long Shot*

Long shot merupakan pengambilan gambar yang memperlihatkan seluruh bagian obyek dengan pengambilan gambar yang cukup jauh (Sabrina et al., 2021). Teknik *long shot* tidak diterapkan dalam produksi video iklan layanan masyarakat DP3A Kota Bogor karena fokus utama video ini adalah membangun koneksi emosional dan pesan personal melalui ekspresi wajah dan interaksi subjek. *Long shot* menampilkan subjek

secara penuh dalam ruang luas, cenderung menciptakan jarak emosional dan mengurangi intensitas pesan sosial yang ingin disampaikan. Selain itu, *long shot* kurang efektif untuk menunjukkan emosi halus dan narasi personal, yang menjadi inti kampanye DP3A terkait pemberdayaan dan perlindungan.

B. *Mediun Long Shot*

Teknik pengambilan video dengan *medium long shot* cenderung menampilkan obyek dari seluruh tubuh hingga sebagian latar belakang, memberikan konteks yang lebih luas dalam pengambilan gambar (Sabrina et al., 2021). Teknik *medium long shot* tidak diterapkan dalam produksi video iklan layanan masyarakat DP3A Kota Bogor karena pendekatan visual yang diutamakan adalah keterhubungan emosional yang lebih dekat dengan subjek. Meskipun *medium long shot* menampilkan sebagian besar tubuh dan sedikit latar, teknik ini masih menciptakan jarak visual yang kurang tepat untuk menyampaikan pesan-pesan sosial yang bersifat personal dan intim.

C. *Medium Shot*

Medium shot adalah salah satu tipe ukuran *shot* yang hanya menampilkan obyek dari kepala hingga pinggang (Sabrina et al., 2021). Teknik *medium shot* diterapkan dalam produksi video iklan layanan masyarakat DP3A Kota Bogor efektif karena memungkinkan penonton menangkap ekspresi wajah sekaligus bahasa tubuh secara seimbang. Teknik *medium shot* yang diterapkan menciptakan kedekatan emosional dengan audiens, tanpa kehilangan konteks lingkungan yang mendukung pesan sosial. Teknik ini juga membangun narasi yang kuat karena fokus tetap pada subjek sebagai pusat pesan, namun tetap memberi ruang pada visual pendukung. *Medium shot* menjadi jembatan visual antara DP2A Kota Bogor *close up* dan informasi luas *long shot*, menjadikannya pilihan ideal untuk kampanye sosial yang mengedepankan empati dan kepercayaan.

D. *Medium Close Up*

Medium close up merupakan pengambilan gambar yang memperlihatkan obyek dari ujung kepala hingga bagian dada atas (Sabrina et al., 2021). *Medium close up* dalam video iklan layanan masyarakat DP3A Kota Bogor sangat efektif untuk memperkuat koneksi emosional dengan audiens. Teknik ini menyoroti ekspresi wajah dan nada emosional subjek secara lebih intens, sambil tetap menampilkan sebagian bahasa tubuh untuk mendukung narasi. *Medium close up* memperkuat keintiman pesan sosial, membantu audiens fokus pada sisi manusiawi dari isu yang diangkat, tanpa terdistraksi elemen latar. Teknik ini sangat mendukung tujuan kampanye sosial DP3A mengajak masyarakat untuk peduli, memahami, dan bertindak.

E. *Close Up*

Teknik pengambilan video *close up* menunjukkan obyek atau karakter yang membantu penonton untuk memahami pemikiran emosional tokoh yang disorot (Sabrina et al., 2021). Teknik *close up* tidak diterapkan dalam produksi video iklan layanan masyarakat DP3A Kota Bogor karena pendekatan visual yang diambil lebih menekankan pada keseimbangan antara ekspresi subjek dan konteks lingkungan.

F. *Extreme Close Up*

Extreme Close up merupakan teknik pengambilan video yang membuat bertujuan untuk fokus pada satu bagian tertentu (Sabrina et al., 2021). Teknik *extreme close up* tidak diterapkan dalam produksi video iklan layanan masyarakat DP3A Kota Bogor karena teknik ini terlalu menitikberatkan pada detail ekstrem, seperti bagian mata atau bibir, yang justru dapat mengurangi kejelasan pesan naratif secara keseluruhan. Dalam konteks produksi video iklan layanan masyarakat yang bertujuan membangun empati dan pemahaman menyeluruh, penggunaan *extreme close up* kurang efektif karena membatasi konteks visual serta dapat mengalihkan fokus penonton dari isi NARASI pesan utama.

2. *Camera Angle*

Camera angle adalah teknik penempatan lensa kamera pada sudut tertentu dalam pengambilan gambar yang bertujuan untuk menciptakan kedalaman dan dimensi visual dengan motivasi khusus. Terdapat dua jenis *camera angle* yang umum diterapkan (Halim & Yulius, 2020), yaitu:






A. *Low Angle*



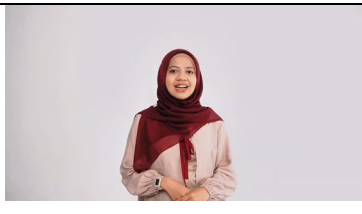

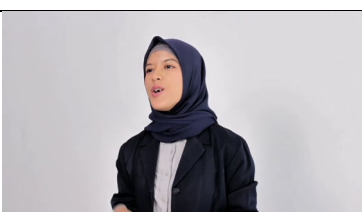

Low angle merupakan teknik pengambilan gambar atau video yang menempatkan kamera dengan posisi lebih rendah dari subjek dimana memperlihatkan pandangan yang menghadap ke atas (Halim & Yulius, 2020). Teknik *low angle* tidak digunakan dalam produksi video iklan layanan masyarakat DP3A Kota Bogor karena sudut pandang ini cenderung memberikan kesan bahwa subjek tampak lebih dominan atau superior dibandingkan penonton. Dalam kampanye sosial yang menekankan empati, kesetaraan, dan kedekatan emosional, pendekatan seperti ini kurang tepat karena dapat menciptakan jarak psikologis antara audiens dan subjek. Sebagai gantinya, digunakan *eye level angle* yang menghadirkan subjek secara sejajar dengan penonton, sehingga memperkuat rasa keterlibatan, kepercayaan, dan kesejajaran dalam menerima pesan yang disampaikan.

B. *Eye Level*

Eye level merupakan teknik pengambilan gambar atau video yang menempatkan kamera dengan posisi sejajar dengan mata objek guna memperlihatkan sudut pandang yang netral dan biasa digunakan untuk percakapan atau kegiatan sehari-hari dikarenakan memberikan perspektif yang alami untuk penonton (Halim & Yulius, 2020). *Eye level*

diterapkan dalam proses produksi video iklan layanan masyarakat DP3A Kota Bogor berfungsi untuk menciptakan hubungan yang setara dan manusiawi antara subjek dan penonton. Sudut pandang ini menempatkan kamera sejajar dengan mata subjek, sehingga menghasilkan kesan bahwa penonton sedang berhadapan langsung dengan individu dalam video. Teknik ini sangat efektif untuk menumbuhkan empati dan kepercayaan.

Visual	Scene	Teknik Videografi	Alat Pendukung
	Scene 1	<i>Medium Shot Eye Level</i>	Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On
	Scene 2	<i>Medium Shot Eye Level</i>	Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On
	Scene 3	<i>Medium Shot Eye Level</i>	Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On
	Scene 4	<i>Medium Shot Eye Level</i>	Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On
	Scene 5	<i>Medium Shot Eye Level</i>	Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On

	Scene 6	<i>Medium Shot Eye Level</i>	Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On
	Scene 7	<i>Medium Close Up Eye Level</i>	Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On
	Scene 8	<i>Medium Shot Eye Level</i>	Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On
	Scene 9	<i>Medium Shot Eye Level</i>	Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On
	Scene 10	<i>Medium Close Up Eye Level</i>	Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On
	Scene 11	<i>Medium Shot Eye Level</i>	Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On

Tabel 1 Penerapan Teknik Videografi pada video ILM DP3A Kota Bogor

Teknik Videografi dalam Proses Produksi Video Edukasi Masyarakat pada DP3A Kota Bogor

Teknik videografi mem Videografi adalah teknik merekam momen atau peristiwa yang disajikan dalam bentuk gambar dan suara, sehingga dapat dinikmati sebagai kenangan berharga maupun sebagai bahan kajian untuk memahami kejadian

yang telah berlangsung (Erlyana dan Hansen, 2021). Videografi berfungsi sebagai cara untuk mendokumentasikan berbagai peristiwa penting, seperti acara keluarga, momen bersejarah, hingga aktivitas sehari-hari yang memiliki nilai emosional. Pada konteks produksi video edukasi DP3A Kota Bogor, teknik videografi melibatkan berbagai aspek teknis, antara lain *type shot*, *camera movement*, dan *camera angle*.

Teknik videografi yang diterapkan yaitu:

1. *Type Shot*

Pemilihan setiap *type shot* bertujuan untuk mempermudah videografer dalam memperoleh gambar yang relevan dan mendukung narasi visual. Terdapat enam jenis *shot* (Sabrina et al., 2020), yang dapat diterapkan dalam proses pengambilan video sebagai materi utama dalam pembuatan video edukasi DP3A Kota Bogor, yang diterapkan oleh videografer, yaitu:

a. *Long Shot*

Long shot merupakan pengambilan gambar yang memperlihatkan seluruh bagian objek dengan pengambilan gambar yang cukup jauh (Sabrina et. al, 2021). Pengambilan gambar yang menampilkan seluruh bagian objek, seperti keseluruhan tubuh dari kepala hingga kaki. Teknik *long shot* tidak diterapkan dalam produksi video edukasi DP3A Kota Bogor karena fokus utama video adalah penyampaian pesan secara emosional dan personal, terutama terkait isu-isu perlindungan perempuan dan anak. Long shot cenderung menampilkan subjek dari kejauhan, sehingga mengurangi kedekatan emosional antara narasi dan penonton.

b. *Medium Long Shot*

Teknik pengambilan gambar dengan *medium long shot* cenderung menampilkan objek dari seluruh tubuh hingga sebagian latar belakang, memberikan konteks yang lebih luas dalam pengambilan gambar (Sabrina et al., 2021). Teknik *medium long shot* diterapkan dalam produksi video edukasi DP3A Kota Bogor karena memberikan keseimbangan visual antara subjek dan latar, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan jelas dan kontekstual. Teknik *medium long shot* diterapkan guna menampilkan tubuh subjek dari kepala hingga lutut, teknik ini memungkinkan penonton untuk melihat ekspresi, gestur, serta situasi sekitar secara bersamaan. Hal ini penting dalam menyampaikan inti pesan karena penonton dapat merasakan emosi subjek sekaligus memahami lingkungan yang memengaruhi isi pesan, menjadikan pesan edukatif lebih realistis, menyentuh, dan mudah diterima.

c. *Medium Shot*

Medium shot adalah salah satu tipe ukuran *shot* yang hanya menampilkan obyek dari kepala hingga pinggang (Sabrina et al., 2021). Teknik *medium shot* diterapkan dalam produksi video edukasi DP3A Kota Bogor karena mampu menyorot ekspresi wajah dan bahasa tubuh bagian atas subjek secara jelas, sehingga memperkuat emosi dan pesan verbal yang

disampaikan. Teknik ini efektif dalam proses produksi video edukasi DP3A Kota Bogor untuk membangun koneksi personal dengan penonton, terutama saat menyampaikan pesan edukatif. Selain itu, *medium shot* tetap memberikan sedikit konteks latar tanpa mengalihkan fokus dari inti narasi, menjadikannya ideal untuk penyampaian pesan edukatif yang empatik dan komunikatif.

d. *Medium Close Up*

Medium close up merupakan teknik pengambilan gambar yang memperlihatkan objek dari ujung kepala hingga bagian dada atas (Sabrina et al., 2021). Teknik *medium close up* tidak diterapkan dalam produksi video edukasi DP3A Kota Bogor karena jenis pengambilan gambar ini terlalu sempit untuk memfokuskan subjek dalam menyampaikan inti pesan. Fokus yang terlalu dekat hanya pada wajah dan bahu dapat membatasi pemahaman visual penonton terhadap inti pesan yang disampaikan.

e. *Close Up*

Teknik pengambilan gambar *close up* menunjukkan objek atau karakter yang membantu penonton untuk memahami pemikiran emosional tokoh yang disorot (Sabrina et al., 2021). Teknik *close up* tidak diterapkan dalam produksi video edukasi DP3A Kota Bogor karena pendekatan visual yang diambil lebih menekankan pada keseimbangan antara ekspresi subjek dan penyampaian inti pesan.

f. *Extreme Close Up*

Extreme Close up merupakan teknik pengambilan video yang membuat bertujuan untuk fokus pada satu bagian tertentu (Sabrina et al., 2021). Teknik *extreme close up* tidak diterapkan dalam produksi video edukasi DP3A Kota Bogor karena teknik ini terlalu menitikberatkan pada detail ekstrem, seperti bagian mata atau bibir, yang justru dapat mengurangi kejelasan pesan edukatif secara keseluruhan. Video edukasi yang diproduksi memiliki tujuan untuk memberikan informasi dan mengedukasi masyarakat, penggunaan *extreme close up* kurang efektif karena membatasi konteks visual serta dapat mengalihkan fokus penonton dari isi pesan utama.

2. *Camera Movement*

Seorang videografer memanfaatkan berbagai jenis *camera movement* untuk menghasilkan gambar yang bervariasi (Lubis et al. 2022). Penggunaan teknik *camera movement* ini sangat membantu saat proses penyuntingan video edukasi DP3A Kota Bogor. Sejalan dengan pengertian tersebut, terdapat beberapa teknik *camera movement* yang digunakan oleh videografer, yaitu:

a. *Zoom*

Zoom atau *zooming* merupakan teknik yang mengubah panjang fokus lensa kamera dengan cara mendekatkan atau menjauhkan pandangan terhadap objek. Perubahan ini menghasilkan sudut pandang yang semula

sempit menjadi lebih lebar, atau sebaliknya (Lubis et al., 2022). Teknik ini menciptakan efek visual berupa objek yang tampak mendekat (*zoom in*) atau menjauh (*zoom out*). Teknik *zoom out* diterapkan dalam proses produksi video edukasi DP3A Kota Bogor untuk membangun fokus bertahap dari detail ke inti penyampaian yang menyeluruh. Pergerakan ini efektif untuk menarik perhatian penonton pada momen penting hingga subjek mulai menyampaikan pesan inti. Teknik *zoom out* ini juga menciptakan transisi emosional yang halus, dari intim ke reflektif, sehingga pesan edukatif terasa lebih dalam dan berdampak.

b. *Panning*

Panning merupakan pergerakan kamera yang umum digunakan dengan menggerakkan kamera secara horizontal yang bertumpu pada satu titik dan gerakannya menoleh ke arah kiri (*pan left*) dan ke arah kanan (*pan right*) (Lubis et al. 2022). Teknik *panning* tidak diterapkan dalam video edukasi DP3A Kota Bogor karena *camera movement panning* ini lebih cocok untuk mengikuti aksi atau memperlihatkan ruang secara luas, bukan untuk membangun fokus emosional pada subjek dan inti pesan yang disampaikan. Dalam konteks video edukasi yang menekankan pesan edukatif dan informatif, *panning* justru dapat mengalihkan perhatian penonton dari inti pesan. Selain itu, pergerakan ini bisa menciptakan kesan visual yang dinamis namun kurang intim, bertolak belakang dengan pendekatan yang dibutuhkan untuk menyampaikan pesan secara empatik dan terarah.

c. *Follow*

Camera movement teknik *follow* merupakan gerakan kamera yang mengikuti objek yang bergerak (Lubis et al., 2022). Teknik ini dapat dikombinasikan dengan teknik lain seperti *zoom*, *pan*, *tilt*, *pedestal* atau yang lainnya. Teknik *follow* diterapkan dalam proses produksi video edukasi DP3A Kota Bogor untuk mengikuti pergerakan subjek yang mendekati kamera, menciptakan kesan bahwa penonton terlibat langsung dalam perjalanan emosional subjek. Teknik *follow* ini juga diterapkan guna menjaga fokus visual pada subjek sambil menunjukkan perubahan ekspresi dan intensitas emosi secara natural. Pada saat teknik *follow* diterapkan, teknik ini juga dikombinasikan dengan teknik *zoom out*, teknik ini secara bertahap membuka konteks situasi, memperluas pemahaman penonton terhadap latar dan pesan yang disampaikan. Gabungan kedua teknik *camera movement* ini efektif untuk membangun narasi inti pesan yang kuat dan tetap informatif, sesuai dengan tujuan edukatif video.

d. *Tilting*

Teknik *tilting* merupakan pergerakan kamera yang dilakukan secara vertikal dan teknik ini terbagi menjadi dua pergerakan yakni digerakkan dari pandangan bawah menuju ke atas (*tilt up*) dan sebaliknya dari atas

ke bawah (*tilt down*) (Lubis et al. 2022). Jenis *camera movement tilting* digunakan untuk menggiring pandangan penonton pada aktivitas tertentu yang pergerakan kameranya vertikal ke atas *tilt up* dan *tilt down* menggunakan pergerakan vertikal ke bawah atau menunduk, dan kamera bertumpu pada satu titik. Teknik *tilting* tidak diterapkan dalam proses produksi video edukasi DP3A Kota Bogor karena pergerakan vertikal kamera ini lebih cocok untuk menekankan perbedaan ketinggian atau memperlihatkan objek secara dramatis, bukan untuk mendukung penyampaian pesan yang bersifat edukatif dan informatif.

e. *Dolly*

Teknik *camera movement dolly* merupakan pergerakan kamera yang bergerak langsung menuju atau menjauhi objek dengan menggerakkan kamera yang diletakkan di atas *stabilizer* (Lubis et al., 2022). Teknik *dolly* tidak diterapkan dalam video edukasi DP3A Kota Bogor karena pergerakan kamera maju atau mundur menggunakan lintasan ini biasanya digunakan untuk adegan sinematik berskala besar atau untuk menciptakan kesan dramatis yang kuat secara visual.

f. *Crab*

Teknik pergerakan kamera *crab* merupakan pergerakan kamera yang dilakukan secara lateral atau menyamping namun tetap sejajar dengan objek yang bergerak (Lubis et al., 2022). Teknik tersebut bergerak hampir sama dengan teknik *dolly*, yang menjadikan pembedanya adalah hanya gerakan kamera. Teknik *crab* tidak diterapkan dalam proses produksi video edukasi DP3A Kota Bogor karena pergerakan kamera menyamping ini lebih cocok untuk mengikuti aksi lateral atau mengeksplorasi ruang secara dinamis, bukan untuk menekankan penyampaian inti pesan oleh subjek.

g. *Pedestal*

Pedestal merupakan teknik yang bergerak dari atas kebawah atau sebaliknya seperti *tilt* yang bergerak secara vertikal (Lubis et al., 2022). Teknik *pedestal* tidak diterapkan dalam proses produksi video edukasi DP3A Kota Bogor karena pergerakan kamera naik atau turun secara vertikal ini umumnya digunakan untuk mengikuti perubahan ketinggian subjek atau menunjukkan dominasi dan inferioritas, yang tidak relevan secara emosional dalam konteks video ini.

3. *Camera Angle*

Camera angle adalah teknik penempatan lensa kamera pada sudut tertentu dalam pengambilan gambar yang bertujuan untuk menciptakan kedalaman dan dimensi visual dengan motivasi khusus. Terdapat dua jenis *camera angle* yang umum diterapkan (Halim & Yulius, 2020), yaitu:

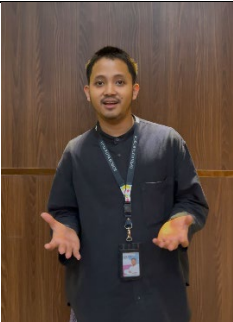

a. *Low Angle*

Low angle merupakan teknik pengambilan gambar atau video yang menempatkan kamera dengan posisi lebih rendah dari subjek dimana

memperlihatkan pandangan yang menghadap ke atas (Halim & Yulius, 2020). Teknik *low level* tidak diterapkan dalam video edukasi DP3A Kota Bogor karena sudut pengambilan dari bawah cenderung menciptakan kesan kuasa, dominasi, atau superioritas subjek, yang tidak selaras dengan tujuan video yang ingin menyampaikan pesan secara edukatif, informatif, empatik, setara, dan humanis.

b. *Eye Level*

Eye level merupakan teknik pengambilan gambar atau video yang menempatkan kamera dengan posisi sejajar dengan mata objek guna memperlihatkan sudut pandang yang netral dan biasa digunakan untuk percakapan atau kegiatan sehari-hari dikarenakan memberikan perspektif yang alami untuk penonton (Halim & Yulius, 2020). Teknik *eye level* diterapkan dalam video edukasi DP3A Kota Bogor karena menciptakan sudut pandang yang netral dan setara, memungkinkan penonton untuk merasa sejajar dengan subjek. *Eye level* juga diterapkan membantu menyampaikan pesan secara jujur dan humanis, sehingga penonton dapat lebih mudah percaya, memahami, dan terlibat secara emosional dalam narasi isi pesan yang dibawakan.

Visual	Scene	Teknik Videografi	Alat Pendukung
	Scene 1 Konten Edukasi 1	<i>Medium Shot</i> <i>Eye Level</i>	Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On
	Scene 2 Konten Edukasi 1	<i>Medium Shot</i> <i>Eye Level</i>	Kamera Sony A6000 Stabilizer Tripod SD card Clip On

	<p>Scene 1 Konten Edukasi 2</p>	<p><i>Medium Shot</i> <i>Zoom Out</i> <i>Eye Level</i></p>	<p>Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On</p>
	<p>Scene 2 Konten Edukasi 2</p>	<p><i>Medium Shot</i> <i>Eye Level</i></p>	<p>Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On</p>
	<p>Scene 3 Konten Edukasi 2</p>	<p><i>Medium Shot</i> <i>Follow</i> <i>Zoom Out</i> <i>Eye Level</i></p>	<p>Kamera Sony A6000, Stabilizer Tripod SD card Clip On</p>

Tabel 2 Penerapan Teknik Videografi pada video edukasi DP3A Kota Bogor

KESIMPULAN DAN SARAN

Proyek ini telah berhasil dilaksanakan melalui poses produksi video iklan layanan masyarakat dan video edukasi DP3A Kota Bogor yang dilakukan melalui tiga tahapan utama yaitu tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap pra produksi, dilakukan penentuan konsep dan brainstorming bersama pihak terkait. Tahap produksi difokuskan pada pengambilan gambar menggunakan teknik videografi tertentu, seperti *type shot* dan *camera angle* untuk menunjang penyampaian pesan secara efektif. Sedangkan pasca produksi melibatkan proses *editing* dan publikasi hasil video.

Proses produksi iklan layanan masyarakat dan video edukasi DP3A Kota menerapkan teknik videografi, pemilihan jenis *type shot* dan *camera angle* yang disesuaikan dengan tujuan naratif dari masing-masing video. Video iklan layanan masyarakat lebih menekankan pada teknik *medium shot* dan *medium close up* untuk membangun koneksi emosional dengan penonton. Video edukasi menggunakan

kombinasi teknik seperti *medium long shot*, *medium shot*, teknik *camera movement* seperti *zoom* dan *follow*, serta *camera angle eye level* untuk menyeimbangkan antara pesan emosional dan konteks informatif. Teknik lain seperti *long shot*, *extreme close up*, *low angle*, *dolly*, *low level*, hingga teknik lainnya tidak diterapkan karena dianggap kurang relevan dengan pendekatan yang diinginkan.

Beberapa saran yang dapat diberikan dalam proses produksi iklan layanan masyarakat dan video edukasi DP3A Kota ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dalam video iklan layanan masyarakat dan video edukasi di masa depan, DP3A Kota Bogor disarankan untuk terus mengeksplorasi teknik videografi yang relevan dengan perkembangan tren visual saat ini. Penggunaan kombinasi teknik *type shot* dan *camera movement* yang tepat, seperti perpaduan antara *medium shot* dengan *dolly* atau *panning* ringan, dapat menambah kedalaman visual tanpa mengganggu fokus pesan,
2. DP3A Kota Bogor juga dapat mempertimbangkan *feedback* dari khalayak terkait efektivitas pesan yang disampaikan melalui video. Melalui evaluasi ini, pemilihan teknik visual dapat disesuaikan kembali berdasarkan dampak emosional dan tingkat pemahaman penonton. Mengintegrasikan *storytelling* yang kuat dan sinematik yang natural juga akan memperkuat daya tarik konten serta memperluas jangkauan pesan sosial dan edukatif yang ingin disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Erlyana, Hansen. 2021. Pelatihan Fotografi dan Videografi Secara Virtual dalam Peningkatan Kemampuan Diri Pada Pandemi Covid-19. Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan. Vol. 5 No. 1. P-ISSN: 2581-2718. E-ISSN: 2620-3480.
- Halim B, Yulius, Y. 2020. Hubungan Peletakan Kamera (Angle) dalam Iklan Berbentuk Video. Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya. 5(1):21.
- Ikhlasul Idris. 2021. Kreativitas Videografer Abdul Gafar Studio Dalam Memproduksi Video Cinematic Skripsi.
- Lubis MR, Khairani S, Rismayanti. (2022). Perancangan Video Promosi dengan Teknik Camera Movement Terhadap Efektivitas Penggabungan Video Promotional Video Design with Camera Movement Techniques on the Effectiveness of Merging Videos. Journal Of Computer Science and Informatics Engineering (CoSIE), 1(3):156. E-ISSN 2728-8386. P-ISSN 2827-9999.
- Mahmudah, Rahayu. 2020. Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. Jurnal Komunikasi Nusantara. Vol. 2 No. 1. E-ISSN. 2685-7650.
- Moriarty S, Mitchell N, Wood C, Wells W. 2018. Advertising & IMC: Principles & Practice. Ed ke-11. New York: Pearson.
- Muhammad N, Rahmad CY. (2022). Tata Cahaya Dalam Membangun Unsur Dramatik Pada Film Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak. Texture : Art and Culture Journal. 5(2):180.

- Nurbaiti, Nurjanah. 2018. PENGARUH KONTEN EDUKASI DAN KONTEN REKREASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. Vol. 3. P-ISSN 2527-7502. E-ISSN 2581-2165
- Prasetyo ME, Zevri, Everlin S. 2022. Perancangan Video Klip Profil Komunitas K-pop Dance Invasion DC Jakarta dengan Teknik Camera Movement. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*. Vol. 18. No. 2.
- Saputro MI. 2017. Tugas Videografer dalam Memanfaatkan Media Digital di Zetta Media. *Institutional Repository Universitas Sebelas Maret*.
- Sonjaya RS. (2021). *Aktivitas Videografer dalam Media Sosial Humas Kota Surabaya*. [project report]. BAB I. 120-121. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Moriarty S, Mitchell N, Wood C, Wells W. 2018. *Advertising & IMC: Principles & Practice*. Ed ke-11. New York: Pearson.
- Tsabiet, M., & Supriyadi. 2018. Produksi Film PSA “Kita Indonesia” Sebagai Analisa Media Komunikasi Berbasis Multimedia. *Jurnal Komunikasi Bina Sarana Informatika*. Vol. 9, No. 2. P-ISSN 2086-6178. E-ISSN 2579-3292.
- Yusuf, dkk. 2023. PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI, INFORMASI, DAN DOKUMENTASI: PENDIDIKAN DI MAJELIS TAKLIM ANNUR SEJAHTERA. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*. Vol. 2 No. 1. e-ISSN: 2962-8776.